

ANALISIS PENGARUH *RETAILER PERSONALITY*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PURCHASE INTENTION* TERHADAP *RETAILER LOYALTY* PADA KONSUMEN YANG BERBELANJA DI GRAMEDIA SURABAYA



OLEH:  
SURYA DWI PUTRA  
3103013137

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

ANALISIS PENGARUH *RETAILER PERSONALITY*, *RETAILER  
PERCEIVED QUALITY*, DAN *PURCHASE INTENTION* TERHADAP  
*RETAILER LOYALTY* PADA KONSUMEN YANG BERBELANJA DI  
GRAMEDIA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis  
Jurusan Manajemen

OLEH:

SURYA DWI PUTRA

3103013137

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Surya Dwi Putra  
NRP : 3103013137  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Retailer Personality, Retailer Perceived Quality, Dan Purchase Intention Terhadap Retailer Loyalty* Pada Konsumen Yang Berbelanja Di Gramedia Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI merupakan karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juli 2017

Yang menyatakan,



Surya Dwi Putra

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH *RETAILER PERSONALITY*, *RETAILER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PURCHASE INTENTION* TERHADAP *RETAILER LOYALTY* PADA KONSUMEN YANG BERBELANJA DI GRAMEDIA SURABAYA

Oleh:

Surya Dwi Putra

3103013137

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si.

Tanggal: 7/7/17

Pembimbing II,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

Tanggal: 11/7/17

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Surya Dwi Putra, NRP 3103013137

Telah diuji pada tanggal 24 Juli 2014 dan dinyatakan lulus  
oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Cicilia Erna Susilawati, SE., M.Si.

NIK. 311.97.0268

Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc..

NIK. 311.11.0678

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan, kasih karunia, dan penyertaan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah sabar berbagi ilmu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.
4. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah sabar berbagi ilmu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.
5. Para Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, terutama para Ibu dosen Rumpun Ritel, yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Keluarga saya yang tercinta, yang terus tanpa henti memberikan semangat dan dukungan yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.

7. Christopher, Erlina, Hendra, Peter, Novita, Kenny, Arianto, Chery, Lidy, dan Puri, yang tanpa henti memberikan dorongan dan motivasi agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan hasil yang terbaik.
8. Devina, Arsy, Wijil, Frengky, dan Lisa, yang terus mendukung dan memberikan semangat tanpa henti agar penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan hasil terbaik dan tepat waktu.
9. Teman-teman seperjuangan saya dalam menyusun skripsi, yang memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis terus berkomitmen menyusun skripsi dengan sebaik-baiknya.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa.

Akhir kata, ada pepatah yang mengatakan “tak ada gading yang tak retak”. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, Juni 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Skripsi.....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. <i>Retailer Personality</i> .....	12
2.2.2. <i>Retailer Perceived Quality</i> .....	13
2.2.3. <i>Purchase Intention</i> .....	17
2.2.4. <i>Retailer Loyalty</i> .....	18



2.3. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1. Hubungan <i>Retailer Personality</i> Terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	21
2.3.2. Hubungan <i>Retailer Personality</i> Terhadap <i>Retailer Perceived Quality</i> .....	21
2.3.3. Hubungan <i>Retailer Personality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	22
2.3.4. Hubungan <i>Retailer Perceived Quality</i> Terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	22
2.3.5. Hubungan <i>Purchase Intention</i> Terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	23
2.4. Kerangka Konseptual.....	23
2.5. Hipotesis.....	24
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2.1. Identifikasi Variabel.....	26
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3.1. Jenis Data.....	30
3.3.2. Sumber Data.....	30
3.4. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5. Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1. Populasi.....	32
3.5.2. Sampel.....	32
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1. Asumsi-Asumsi SEM.....	34
3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.6.3. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik.....	36

3.6.4. Uji Hipotesis.....	36
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Deskripsi Data.....	37
4.1.1. Jenis Kelamin.....	37
4.1.2. Usia.....	38
4.1.3. Pekerjaan.....	38
4.1.4. Frekuensi Berkunjung.....	39
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	40
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Personality</i> .....	41
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Perceived Quality</i> .....	42
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	43
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Loyalty</i> .....	44
4.3. Uji Normalitas.....	45
4.4. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	46
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	50
4.6. Uji Kesesuaian.....	52
4.7. Pengujian Hipotesis.....	52
4.8. Pembahasan.....	54
4.8.1. Pengaruh <i>Retailer Personality</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	54
4.8.2. Pengaruh <i>Retailer Personality</i> terhadap <i>Retailer Perceived Quality</i> .....	55
4.8.3. Pengaruh <i>Retailer Personality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	56
4.8.4. Pengaruh <i>Retailer Perceived Quality</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	56

4.8.5. Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap <i>Retailer Loyalty</i> .....	57
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1. Simpulan .....	58
5.2. Saran.....	58
5.2.1. Saran Akademik.....	58
5.2.2. Saran Praktis.....	59
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	61
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	11
Tabel 3.2 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	37
Tabel 4.2 Usia Responden .....	38
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	38
Tabel 4.4 Frekuensi Responden .....	39
Tabel 4.5 Interval Skor Setiap Variabel .....	40
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Personality</i> .....	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Perceived Quality</i> .....	42
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Retailer Loyalty</i> .....	44
Tabel 4.10 Uji Normalitas <i>Univariate</i> .....	45
Tabel 4.11 Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	46
Tabel 4.12 Uji Validitas .....	47
Tabel 4.13 <i>Construct Reliability</i> .....	48
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.15 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	52
Tabel 4.16 Uji Hipotesis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Karakteristik yang mempengaruhi perilaku konsumen	6
Gambar 2.1 <i>Model of Perceived Service Quality</i>	16
Gambar 2.2 <i>Model of Loyalty</i>	19
Gambar 4.1 <i>Standardized Solution</i>	49
Gambar 4.2 <i>Estimates</i>	50
Gambar 4.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	53

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Pengujian Normalitas
- Lampiran 5. Pengujian Validitas
- Lampiran 6. Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 7. *Structural Equation Modelling*
- Lampiran 8. *Goodness of Fit*
- Lampiran 9. Gambar Pengujian Hipotesis
- Lampiran 10. *Output Syntax*
- Lampiran 11. Tabulasi Data

## ABSTRAK

Perkembangan ritel yang begitu pesat dan potensi ritel yang besar di Indonesia mengakibatkan munculnya banyak peritel yang tertarik untuk terjun ke dunia bisnis ritel. Kemunculan peritel baru memicu persaingan yang lebih luas dan peritel lama perlu berinovasi dan menyusun strategi agar eksistensinya terus terjaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *retailer personality*, *retailer perceived quality*, dan *purchase intention* terhadap *retailer loyalty* di Toko Buku Gramedia Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 120 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui alat bantu kuesioner dan diolah dengan teknik *structural equation modelling* (SEM) menggunakan program LISREL. Objek dari penelitian ini adalah Toko Buku Gramedia Surabaya. Dari hasil analisis data, dapat ditemukan bahwa *retailer personality*, *retailer perceived quality*, dan *purchase intention* berpengaruh positif terhadap *retailer loyalty*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa semua hipotesis terbukti.

Kata Kunci: *Retailer Personality*, *Retailer Perceived Quality*, *Purchase Intention*, *Retailer Loyalty*, SEM, Gramedia

## **ABSTRACT**

*A rapid retail development and great retail potential in Indonesia cause many retailers who are interested to go into retail business world. The emersion of new retailers has triggered a wider rivalry and the old retailers need to innovate and arrange strategies in order to keep their existence.*

*This research has purpose to know the influence of retailer personality, retailer perceived quality, and purchase intention on retailer loyalty in Gramedia Book Store Surabaya. This research is a causal and quantitative research. Sample which is used in this research is about 120 respondent. Data collection is conducted by using questionnaire and processed using structural equation modelling (SEM) by LISREL program. The object of this research is Gramedia Book Store Surabaya. The result of data analysis, it is found that retailer personality, retailer perceived quality, and purchase intention have positive influence on retailer loyalty. The result of the research reveals that all of hypotheses are proven.*

*Key Words: Retailer Personality, Retailer Perceived Quality, Purchase Intention, Retailer Loyalty, SEM, Gramedia*